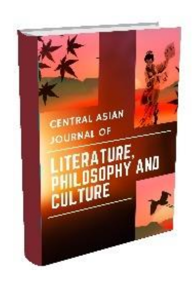


CENTRAL ASIAN JOURNAL OF LITERATURE, PHILOSOPHY AND CULTURE

Volume: 03 Issue: 06 Jun 2022

Кросскультурный Анализ Иноязычных Заимствований В Русском И Узбекском Языках

Давлятова Э. М.
Доктор Философии (PhD), филологических наук

Сайдуллаева Г.
Магистрант ТГПИ

Received 22h Apr 2022, Accepted 20th May 2022, Online22nd Jun 2022

Аннотация

В статье рассматриваются различные аспекты определения термина кросскультурный анализ, иноязычная лексика, экзотизмы и др. В статье анализируется контекстное употребление иноязычной лексики в прессе Узбекистана и России. Проведенный сопоставительный анализ показывает, что при употреблении иноязычной лексики, как правило, происходит обогащение словарного состава узбекского и русского языков.

Ключевые слова: кросскультурный анализ, лингвокультура, иноязычная лексика, экзотизмы, варваризмы, иноязычные вкрапления.

Актуальность исследования иноязычных заимствований через призму лингвокультурии заключается в необходимости выявления приоритетов национального менталитета в освоении лингвокультурных ценностей других культур. При освещении вопросов теоретической части нам потребовалось также выявить содержание понятия «кросскультурный анализ», «иноязычная лексика», «экзотизмы», «варваризмы». Кросскультурный анализ иноязычных заимствований позволяет также ответить на вопрос о том, что считала важной для себя лингвокультура, которая заимствовала из других языков отдельные лексемы и стоящие за ними концепты, а затем транслировала всё это в другую культуру. Рассмотрение различных аспектов языковой трансляции культурно значимых концептов, обусловленных заимствованной лексикой составляет важнейшую задачу современной лингвистической науки.

В настоящее время в языковедческой науке оформилось новое лингвокультурологическое направление, которое делает акцент на изучении «среды» языка, т.е. той культуры, в рамках которой существует тот или иной язык. В этом, плане заимствования вновь стали одним из наиболее привлекательных объектов лингвистического анализа. Если раньше основное внимание уделялось выявлению системных свойств иноязычной единицы, то теперь все чаще говорят о лингвокультурном её аспекте. При этом, однако, исследуется сначала, как правило, лингвокультура языка-донора данного

заимствования, после чего полученные данные сопоставляются, с результатами исследований лингвокультуры языка-реципиента. Таков традиционный сопоставительный анализ дополняемый лингвокультурными комментариями. Вместе с тем новые тенденции в изучении современных языковых контактов потребовали и новой методики, получившей название кросскультурной. С её помощью предпринимаются попытки изучить иноязычный языковой элемент не просто как данность и константу конкретного языка, а как явление, «проходящее» через разные культуры и, соответственно, обогащающееся новыми, культурными коннотациями. Тот предмет, который исследуется посредством методики кросскультурного анализа, мы будем называть лингвокультурной историей языковой единицы. Если это определение применить к лексическим заимствованиям, то следует говорить о лингвокультурной истории слова. Резюмируя вышесказанное можно утверждать, что появилось новое направление, получившее название кросскультурное, при помощи которого изучается иноязычная лексика.

Рассмотрим на материале русской и узбекской прессе примеры иноязычных заимствований. По нашему мнению, их целесообразно классифицировать.

В аспекте данной тематики, необходимо отметить, что лексика обогатилась благодаря достижениям науки, культуры, искусства, политики, давая наименования новым денотатам и в русском и узбекском языках. Вследствие этого, в русском, английском, немецком и в других европейских языках, появились так называемые европеизмы или интернационализмы. Данная группа заимствованных лексических единиц функционирует не менее чем в трех языках, сохраняя одно и то же значение с учетом графической, фонетической, грамматической адаптации в языке-реципиенте, например: ***bank, business, consult, design, disk, drive, hit, man, market, media, net, style, test*** и др. Продемонстрируем на примерах употребление интернацилнализмов в прессе: «*Ўзбекистонда банклар ўз мижозларига пул маблағларининг исталмаган тарзда блокланмаслиги учун…*» [1]; «Как сообщили в правительстве, это первый банк, которому одобрено название с использованием слова «Россия» и производных от него» [2]; *«Бу борада эркин иқтисодий зоналар ва кичик саноат зоналарида **бизнес** субъектларини жойлаштириш, уларга имтиёз ва преференциялар беришни ташкилий ва ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш лозим»* [3]; . «*Почему в России нет среднего **бизнеса***» [4]; *«Натижада янги медиа ва анъанавий **медиа** тушунчалари уртага чикди»* [5]; *«Как построить независимые медиа?»* [6];

Согласно идеографической рубрикации, в следующую группу заимствований мы определили экзотизмы, с помощью которых обозначают реалии свойственные чужим странам и народам. Нам представляется существенным представить дефиницию экзотизмов. *Экзотизмы* (греч. *exotikos* - чуждый, иноземный, необычный: *exo* - снаружи, вне) - это заимствования, передающие характерные этнонациональные особенности образа жизни контактирующих народов. Но экзотизмы - это еще и слова, в значении которых выражаются отличительные черты общественной жизни, быта, нравов, ментальности того народа, который они представляют. Со своей стороны О. С. Ахманова считает, что экзотизм - это «иностранное слово (выражение и т. п.), не получившее прав гражданства в общем языке и бытующее лишь в некоторых специфических его разновидностях» [7, с. 70].

Продемонстрируем на примерах употребление экзотизмов в СМИ Узбекистана и России: *«Ранее сеть быстрого питания запатентовала в РФ такие торговые знаки как **«БигМак», «МакФлурри» или «МакКафе»*** [8];

*«**McDonalds, Burger King и Starbucks,** а также ряда гостиничных брендов, сообщил корреспонденту АН Podrobno.uz источник в правительстве»; «Так, например, эти компании*

предлагается привлечь на основании договоров франчайзинга с обеспечением обязательной конвертации валюты для оплаты платежей по ***роялти*»** [9];

Далее отметим иноязычные вкрапления в прессе России и Узбекистана, например: «*Масалан, дунёдаги нуфузли* ***"Fitch Ratings"*** *ва* ***"Standart & Poo'rs"*** *рейтинг агентликлари биринчи марта мамлакатимизнинг халқаро суверен кредит рейтингини белгилади»; «Бу борада биз* ***"J.P.Morgan"***, ***"Citibank"***, ***"Deutsche Bank"*** *каби етакчи халқаро инвестиция банклари билан ҳамкорлик олиб бормоқдамиз*» [10];

Проведенная идеографическая (тематическая) классификация заимствованной лексики позволила сделать вывод о том, что процессе номинации реалий многие иностранные слова активно используются языковым сознанием.

Список использованной литературы:

1. https://www.gazeta.uz/uz/2022/04/15/banks/
2. *https://www.banki.ru/news/bankpress/?id=1457866 ;*
3. *https://xs.uz/uzkr/post/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoevning-olij-mazhlisga-murozhaatnomasi;*
4. https://www.gazeta.ru/business/2015/05/25/6716313.shtml;
5. *https://cyberleninka.ru/article/n/ikkinchi-media-davrining-hususiyatlari/viewer;*
6. *https://discours.io/articles/social/svoboda-pressy*
7. *https://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/*
8. *https://novayagazeta.ru/articles/2021/05/26/khlopnu-burger-za-zdorove-politsii;*
9. *https://podrobno.uz/cat/economic/v-uzbekistan-pridut-mcdonalds-burger-king-i-starbucks/.*
10. *https://xs.uz/uzkr/post/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoevning-olij-mazhlisga-murozhaatnomasi;*
11. *Elvira Davletova. Особенности ассимиляции и функционирования западноевропейских заимствований в СМИ Узбекистана // Modern Türklük Araştirmalari Dergisi. – Турция, 2014 . – №1. – С.85-92.*
12. *Давлятова Э.М. Проблемы иноязычной лексики бизнеса в аспекте межкультурной коммуникации // Евразийский Научный Журнал. – Санкт-Петербург, 2016. –№ 5. info@journalpro.ru*
13. Davlyatova E.M. Borrowing as a Result of Cross- Cultural Interaction // GIS BUSINESS. – Индия, Vol-14-Issue-3, 2019. – P.1-4.

